

CLIPPEDIMAGE= JP407205574A  
PAT-NO: JP407205574A  
DOCUMENT-IDENTIFIER: JP 07205574 A  
TITLE: SALES FORECAST SHEET FOR NEWLY-ESTABLISHED STORE

PUBN-DATE: August 8, 1995

INVENTOR-INFORMATION:

NAME

HAYASHIBARA, YASUNORI

ASSIGNEE-INFORMATION:

NAME

KK D I CONSULTANTS

COUNTRY

N/A

APPL-NO: JP06005867

APPL-DATE: January 24, 1994

INT-CL\_(IPC): B42D015/00

ABSTRACT:

PURPOSE: To provide a sales forecast sheet for a newly-established store to be used for a theoretical and sure sales forecast system of the established store based on scientific data.

CONSTITUTION: Columns 5-1 through 5-6 are provided for writing investigated data of each of evaluation items such as evaluation of field of view, evaluation of traffic line, market scale, quality of commercial area, building evaluation, and competitive evaluation. Columns 6-1 through 6-6 are provided for writing coefficients of the above-mentioned items adjacently to the investigated data columns 5-1 through 5-6. Further, adjacently to the coefficient columns 6-1 through 6-6, calculation columns 7-1 through 7-6 are provided for writing numerical values obtained by multiplication of the numerical values in the investigated data columns 5-1

FA

through 5-6 and the  
numerical values in the coefficient columns 6-1 through  
6-6. At the lower part  
of the calculation columns 7-1 through 7-6, a forecast  
sales column 9 is  
provided for writing a total value obtained by summing up  
the numerical values  
in the calculation columns. By the numerical value to be  
written in the  
forecast sales column 9, a success rate o establishment of  
a store can be  
determined and recognized.

COPYRIGHT: (C)1995,JPO

(19) 日本国特許庁 (JP)

(12) 公開特許公報 (A)

(11) 特許出願公開番号

特開平7-205574

(43) 公開日 平成7年(1995)8月8日

(51) IntCl.  
B 4 2 D 15/00識別記号 庁内整理番号  
3 3 1 Z

FI

技術表示箇所

審査請求 未請求 請求項の数 2 OL (全 7 頁)

(21) 出願番号 特願平6-5867

(22) 出願日 平成6年(1994)1月24日

(71) 出願人 594013686

株式会社ディー・アイ・コンサルタンツ  
埼玉県浦和市高砂3丁目14番13号ライオン  
ズMS浦和第2別棟3F

(72) 発明者 林原 安徳

埼玉県浦和市高砂3丁目14番13号ライオン  
ズMS浦和第2別棟3F株式会社ディー・  
アイ・コンサルタンツ内

(74) 代理人 弁理士 遠山 勉 (外2名)

(54) 【発明の名称】 新設店舗売上予測シート

(57) 【要約】

【目的】 科学的なデータを基にし且つ出店する店舗の理論的且つ確かな売上予測システムに使用する新設店舗売上予測シートを提供すること。

【構成】 視界性評価、動線評価、マーケット規模、商圏の質、建物評価及び競合性評価の各評価項目に対してそれぞれ調査データを記入する複数の欄5の1～5の6を設け、これら各調査データ記入欄5の1～5の6に隣接して各評価項目に対する係数を記入する欄6の1～6の6を設け、更に係数記入欄6の1～6の6に隣接して各調査データ記入欄5の1～5の6内の数値と各係数記入欄6の1～6の6内の数値とを乗じた結果の数値を記入する計算欄7の1～7の6を設け、計算欄7の1～7の6の下部に前記計算欄の数値を合計した合計値を記入する予測売上欄9を設け、この予測売上欄9に記入される数値によって店舗設置の成功率を判定認識可能としたことを特徴とする。

予測シート ①

予測物件名 新設物件用

各グループの全係数をもとに、予め係数をBに記入しておいてください。  
Aは、予測時に記入します。

	調査データ	係数	A × B の値
401 ① 視界性評価	501	A1 601	701
402 ② 動線評価	502	A2 602	702
403 ③ マーケット規模	503	A3 603	703
404 ④ 商圏の質	504	A4 604	704
405 ⑤ 建物評価	505	A5 605	705
406 ⑥ 競合性評価	506	A6 606	706
定数値 A0			8
予測売上			9 上記の合計値

## 【特許請求の範囲】

【請求項1】 複数の立地判定評価項目についてそれぞれ調査データを記入する複数の欄を設け、これら各調査データ記入欄に隣接して前記各立地判定評価項目に対する係数を記入する欄を設け、更に前記係数記入欄に隣接して前記各立地判定評価項目における前記調査データ記入欄内の数値と前記係数記入欄内の数値とを乗じた結果の数値を記入する計算欄を設け、前記計算欄の下部に前記計算欄の数値を合計した合計値を記入する予測売上欄を設け、この予測売上欄に記入される数値によって店舗設置の成功率を判定認識可能としたことを特徴とする新設店舗売上予測シート。

【請求項2】 横3列に評価項目枠、調査データ枠及び係数枠を設けた評価表を形成し、この評価表第1列の前記評価項目枠に都市型立地依存店舗用の立地判定評価項目である視界性評価、動線評価、マーケット規模、商圏の質、建物評価及び競合性評価の各評価項目を縦方向に並べて6つの評価項目名欄を形成し、前記評価表第2列及び第3列の前記調査データ枠及び前記係数枠に前記第1列の各評価項目名欄に対応して数値記入欄を形成し、前記評価表の側部に前記調査データ枠における各数値記入欄に記入された数値と前記係数枠における各数値記入欄の数値とを乗じた結果の数値を記入する計算欄を前記各評価項目名欄と同一行に形成し、前記各計算欄の最下部に前記各計算欄の数値を合計した合計値を記入する予測売上欄を設けて、この予測売上欄に記入される数値によって店舗設置の成功率を判定認識可能としたことを特徴とする新設店舗売上予測シート。

## 【発明の詳細な説明】

## 【0001】

【産業上の利用分野】本発明は新設店舗売上予測シートに関し、更に詳細にはある場所に店舗を設置したと仮定した時の売上予測に基づいてその店舗の設置が成功するか否かを判定するための新設店舗売上予測シートに関する。

## 【0002】

【従来の技術】従来、店舗をある場所に設置する場合、その成功率の判定は人の感と経験によってなされていた。すなわち、ある地域にお店を出そうとして、出店候補物件を見つけた時、その場所でそのお店を出して成功するか、換言すれば利益が得られるか否かの判定は、通常経営コンサルタント等の専門家がその出店地の周囲状況にある程度調査した上で最終的に感と経験によって判断していた。

## 【0003】

【発明が解決しようとする課題】しかしながら、このような感や経験による出店成功率の判定では、その精度が非常に低く、一般には1000の店舗設置に対して3つしか成功しない、と言われている程である。従って、店

数値とデータによる科学的手法を導入して、高精度の売上予測を行うことが望まれていた。

【0004】本発明の目的は、かかる従来の問題点を解決するためになされたもので、科学的なデータを基にし且つ出店する店舗の理論的且つ確かな売上予測システムに使用する新設店舗売上予測シートを提供することにある。

## 【0005】

【課題を解決するための手段】本発明は新設店舗売上予測シートであり、前述の技術的課題を達成させるため以下のような構成とした。すなわち、本発明の新設店舗売上予測シートは、複数の立地判定評価項目についてそれぞれ調査データを記入する複数の欄を設け、これら各調査データ記入欄に隣接して前記各立地判定評価項目に対する係数を記入する欄を設け、更に前記係数記入欄に隣接して前記各立地判定評価項目における前記調査データ記入欄内の数値と前記係数記入欄内の数値とを乗じた結果の数値を記入する計算欄を設け、前記計算欄の下部に前記計算欄の数値を合計した合計値を記入する予測売上欄を設け、この予測売上欄に記入される数値によって店舗設置の成功率を判定認識可能としたことを特徴とする。

【0006】更に、本発明の新設店舗売上予測シートは、横3列に評価項目枠、調査データ枠及び係数枠を設けた評価表を形成し、この評価表第1列の前記評価項目枠に都市型立地依存店舗用の立地判定評価項目である視界性評価、動線評価、マーケット規模、商圏の質、建物評価及び競合性評価の各評価項目を縦方向に並べて6つの評価項目名欄を形成し、前記評価表第2列及び第3列の前記調査データ枠及び前記係数枠に前記第1列の各評価項目名欄に対応して数値記入欄を形成し、前記評価表の側部に前記調査データ枠における各数値記入欄に記入された数値と前記係数枠における各数値記入欄の数値とを乗じた結果の数値を記入する計算欄を前記各評価項目名欄と同一行に形成し、前記各計算欄の最下部に前記各計算欄の数値を合計した合計値を記入する予測売上欄を設けて、この予測売上欄に記入される数値によって店舗設置の成功率を判定認識可能としたことを特徴とする。

## 【0007】

【作用】本発明の新設店舗売上予測シートによると、例えば都市型立地依存店舗について言えば、視界性評価、動線評価、マーケット規模、商圏の質、建物評価及び競合性評価等の各立地判定評価項目に対するそれぞれの調査データ及び係数を各記入欄に記入する。そして、これら各欄に記入された数値を乗じて得た数値をそれぞれ計算欄に記入する。

【0008】その後、これら各計算欄に記入された数値を合計して、その最下段に設けられた予測売上欄に記入する。この予測売上欄に記入された数値は、文字通り出

を見ることにより直ちにその出店の成功率を判定することができる。

【0009】

【実施例】以下、本発明の新設店舗売上予測シートを図に示される実施例について更に詳細に説明する。図1には本発明の一実施例に係る新設店舗売上予測シート1が示されている。この実施例の新設店舗売上予測シート1は、特に都市型立地依存店舗についてのものである。この都市型立地依存店舗についての新設店舗売上予測シート1は、その最上部に予測物件名を記入する予測物件名記入欄2が設けられている。

【0010】この予測物件名記入欄2には、設置計画の対象となっている店舗名を記入するのが好ましいが、設置が決定している訳ではないのでとりあえず店舗の設置を計画している所在地名を記入する。例えば、東京の新橋に店舗を設置する計画であるのであれば、新橋物件用と表示する。これによりこの新設店舗売上予測シート1がどの物件を対象にしているかを一目で理解することができる。

【0011】この予測物件名記入欄2の下には、評価表3が設けられている。この評価表3は、横3列に評価項目枠4、調査データ枠5及び係数枠6を設けて形成されている。この評価表における第1列目の評価項目枠3には視界性評価、動線評価、マーケット規模、商圏の質、建物評価及び競争性評価の各評価項目名を縦方向に並べて記載された6つの評価項目名欄4の1、4の2、4の3、4の4、4の5、及び4の6が形成されている。

【0012】これら評価項目名欄における視界性評価、動線評価、マーケット規模、商圏の質、建物評価及び競争性評価の各評価項目は本発明の一実施例である都市型立地依存店舗に関してのもので、それ以外の店舗の場合にはその項目名が変更され、その立地に対応した各評価項目が設定される。このことから、この評価項目名を総称して立地判定評価項目名と称することができる。

【0013】評価表3における第2列目及び第3列目の調査データ枠5及び係数枠6には、第1列目の各評価項目名欄3の1～3の6に対応した評価点記入欄5の1、5の2、5の3、5の4、5の5、及び5の6、6の1、6の2、6の3、6の4、6の5、6の6が形成されている。すなわち、評価表3は5本の横線で縦方向に等分に区画され、これにより第1列の評価項目枠4は6つの評価項目名欄4の1～4の6に分けられ、他方調査データ枠5及び係数枠6もそれぞれ各評価項目名欄4の1～4の6と同一行の評価点記入欄5の1～5の6、及び6の1～6の6に分けられている。

【0014】各評価項目名欄4の1～4の6に対応した調査データ枠5の各評価点記入欄5の1～5の6には、以下の調査データが数値で記入される。すなわち、評価点記入欄5の1には、評価項目名欄4の1における視界

け方は、出店予定地における誘導施設を3ヶ所ピックアップして、各誘導施設からその利用者が自然に目を向ける方向において、障害物がなく物件が見えてくる状態であれば評価点3とする。

【0015】また、誘導施設からある程度物件を意識して探す（視線方向を変える）ことにより見えてくる状態、誘導施設からその利用者が自然に目を向ける方向において街路樹や建物などの障害物がある状態、視線の方向は自然であるが、看板などがその回りの環境に対して同化している場合（融合現象）の状態であれば評価点2とする。そして、誘導施設からその場を離れない限り探しても認知できない状態であれば評価点1とする。

【0016】このようにして3ヶ所の誘導施設からのそれぞれの視界性評価を行ってその平均値を求めこれをその評価点として数値記入欄5の1に記入する。ところで、ここで、誘導施設とは、物件の周辺（100～200m）で人々の集中度が高いところを意味し、その優先順位として大型駅乗降口周辺を筆頭に、駅乗降改札口、大型小売店（百貨店、ディスカントストア）、大型スーパーマーケット、大型交差点、商店街入口などと続く。但し、きわめて集中度が高い場合には1ヶ所または2ヶ所でもよい。

【0017】次に、評価点記入欄5の2には、評価項目名欄4の2における動線評価についての評価点が記入される。この評価点の付け方は、2つの誘導施設間を人々が一般的方法によって無理なく行き交う線上を1つの動線として、物件がその動線上に位置する場合、又は歩行の向きを大きく変更せず、物件に接近できる状況の時には評価点3とする。この場合、駅を一方の起点としない動線は評価の上限を2とする。

【0018】また、歩行の向きを大きく変更しなければ物件に接近できない状況、又は歩行の向きを大きく変更しないものの物件までに10mないし20mほど動線と離れる状況、その他、動線上であっても物件に至るためには心理的に強い目的意識を伴う場合には、評価点2とする。

【0019】そして、物件が動線上に位置しない状況、又は動線を形成しない商店街の中にある場合などは評価点1とする。この動線評価についても動線を3ヶ所選んでそれぞれの評価点の平均値を求めこれをその評価点として数値記入欄5の2に記入する。但し、誘導施設間に具体的立地が存在しない場合には1ヶ所または2ヶ所でもよい。

【0020】次に、評価点記入欄5の3には、評価項目名欄4の3におけるマーケット規模についての評価点が記入される。この評価点の付け方は、以下の通りである。最初に、物件周囲半径1kmを網羅する広域地図を参照し、半径500mにかかる町丁目をリストアップする。

める。次いで、これらの町丁目別に年間小売販売額並びに年間飲食販売額を調べる。このようなデータは都道府県市町村の商業統計課、又は各種データを収集している民間団体等から得ることができる。これら各町丁目における年間小売販売額並びに年間飲食販売額を単純に合計して、その合計金額(単位は億円)を数値記入欄5の3に記入する。

【0022】更に、評価点記入欄5の4には、評価項目名欄4の4における商圏の質についての評価点が記入される。この評価点の付け方は、物件の前後50mの来店可能な範囲内において、通行人の態様、行動を観察し、以下の観点で評価する。すなわち、(1)生活密着性向があるか、(2)オフィス性向があるか、(3)レジャー性向があるか、(4)観光性向があるか、(5)学生性向があるか、(6)フィジカル性向があるか、の判定指標についてそれぞれ評価点を付ける。

【0023】ここで、生活密着性向とは、通行人の態様、行動として、買物かごやビニール袋をかかえた主婦、女性が多い、比較的に年配者や高齢者が多く、サラリーマン、OL等の姿が少ない、ヤングやニューファミリーと言った層が少ない、動きが緩慢で、ゆっくりしている、商店街やスーパーマーケット等の最寄り品を扱う店が多い、自転車が多く停められている、等の状態である場合を言う。そして、この状態に該当する場合には評価点2を与える。

【0024】オフィス性向とは、サラリーマン、OL等の姿がきわめて多い、歩き方が足早である、平日の朝夕の通行量が極端に多い、休日の通行量が少ない、比較的に軽装である、昼食時の飲食店内が非常に混雑している、女性の比率が少ない、等の状態である場合を言う。そして、この状態に該当する場合には評価点1を与える。

【0025】また、レジャー性向とは、ヤング、ニューファミリーが圧倒的に多い、午後になると学校帰りの学生、高校生が流入してくる、カラフルな服装が多い、男女カップルが目立つ(多い)、露店商等が多い、近くにレジャー施設がある、等の状態である場合を言う。そして、この状態に該当する場合には評価点3を与える。

【0026】更に、観光性向とは、観光地である、外国人が多い、みやげ物屋が多い、休日の流入が平日より多い、女性が多い、等の状態である場合を言う。そして、この状態に該当する場合には評価点3を与える。

【0027】学生性向とは、大学、高校がある、専ら学生の通学路になっている、休日の流入が平日より少ない、足早である、等の状態を言う。そして、この状態に該当する場合には評価点1を与える。但し、課外活動などで向上的に休日の流入が見られる場合は評価点を2とする。

【0028】最後に、フィジカル性向とは、工事、修

多い、場外馬券売り場や野球上、市場等の施設が近くにある、等の状態を言う。そして、この状態に該当する場合には評価点2を与える。

【0029】このようにして判定指標の各項目について付けられた評価点から平均値を求めこれをその評価点として数値記入欄5の4に記入する。次に、評価点記入欄5の5には、評価項目名欄4の5における建物についての評価点が記入される。この評価点の付け方は、以下の通りである。すなわち、建物評価に際しての判定指標として、(1)建物面積(契約面積)、(2)客席面積(設計後の面積)、(3)店舗内の柱の配置、地形、勾配、高さ、(4)予備フロアー、予備客席(屋外パラソル、共有客席)、(5)客席対テーブル比率、等についてそれぞれチェック項目を設定し、このチェック項目に該当する数を夫々の評価点とする。このようにして判定指標の各項目について付けられた評価点から平均値を求めこれをその評価点として数値記入欄5の5に記入する。

【0030】最後に、評価点記入欄5の6には、評価項目名欄4の6における競合性評価についての評価点が記入される。この評価点の付け方は、以下の通りである。すなわち、マーケット規模と代替性を判定指標とし、マーケット規模については小売販売額(億円)と飲食販売額(億円)の合計額の常用対数を評価点とする。

【0031】そして、代替性については(1)商品の代替性、(2)立地の代替性、(3)建物評価の代替性のそれぞれにおいて評価点を出す。例えば、商品の代替性に関して説明すると、物件周囲100m~200m以内においてリストアップされた誘導施設との位置関係において評価の対象とし、業種、業態が同じ店舗が全く無く、周辺の一般消費者のほとんどもそのように理解している場合は評価点を0とする。

【0032】また、業種、業態は異なるが、商品の一部に類似性が高く、やや代替できる店である場合には評価点を1とし、業態が同一で、商品に高い類似性(ハンバーガーとチキン)がある店の場合には評価点を2とする。また、業種業態が全く同一である別のチェーン企業の店の場合には評価点を3とし、更に自社チェーンの店であれば評価点を4とする。

【0033】このようにして立地の代替性及び建物評価の代替性についても所定の評価項目に基づいて評価点を付け、その小計と先のマーケット規模での評価点との合計をその(競合性評価)の評価点として数値記入欄5の6に記入する。

【0034】この視界性評価、動線評価、マーケット規模、商圏の質、建物評価及び競合性評価等の立地判定評価項目についての評価点を調査データ枠5の各数値記入欄5の1~5の6に記入する際、図2に示される店舗実査データ集計表10に予め集計しておけばそれらのデータを評価表3にただ転記するだけでよいので非常に効率

部から「基本データ」欄11、「営業データ」欄12、「商圏データ」欄13の3つのデータ欄に分けられ、その各々には詳細な記載欄が設けられている。

【0035】「基本データ」11欄には、店舗番号欄11a、店舗名欄11b、店舗電話番号欄11c、店舗所在地欄11dが設けられている。また、「営業データ」欄12には、営業開始年月日欄12a、店内改装日欄12b、顧客分析欄12c、平均月商欄12dが設けられている。顧客分析欄12cには、予測来店顧客の内、学生層、有識者、主婦、小学生、中学生、高校生、単来10店、家族連れ来店、その他、並びに女性比率をそれぞれパーセントで記入する各欄に分けられている。

【0036】次に、「商圏データ」欄13は共通項目として誘導施設記入欄13aが設けられている。この誘導施設記入欄13aは、3つの誘導施設を記入できるように3つの小欄に分けられている。そして、この「商圏データ」欄13の実質は、前述した立地判定項目ごとに中分割され、更に各立地判定項目はそれぞれその特有な調査データを記入できるように小分割されている。

【0037】すなわち、例えば、「商圏データ」欄1320の最上部はマーケット規模についての欄14であり、この欄は4段階に分けられ且つマーケットの規模を表すレベル度欄14a、駅乗降数欄14b、商業集積（年間小売販売額、飲食販売額）欄14c、来街手段表示欄14dで構成されている。

【0038】また、このマーケット規模についての欄14の下は建物評価の欄15であり、この欄15は一階面積、合計面積、客席数、階段数、3段階に分けられた店内の広狭度、入口間口位置や広さ等をチェックする欄15a、15bで構成されている。更に、その下に動線評価の欄16が設けられ、この欄16は前述した各誘導施設に対応して夫々が主動線、副動線、逆動線をチェックする項目が3～1の番号（これが即評価点となる）で表示されている。

【0039】次には、視界性評価についての欄17が設けられ、この欄17も前述した各誘導施設に対応して夫々について良好、難あり、不良をチェックする項目が3～1の番号（これが即評価点となる）で表示されている。この視界性評価欄17の下には通行量を記入する欄18が設けられている。この欄18には店舗直前の通行量を平日と休日の場合について計測時間と共に記入するように構成されている。

【0040】その下には商圏の質についての欄19が設けられている。この商圏の質の欄19は、生活密着性、オフィス性、レジャー性、観光性、フィジカル性、学生性向の各欄19a～19fに分けられ、そのそれぞれについて3～1の評価点を付けられるようにされている。そして、最後には競争性評価についての欄20が設けられ、この欄20には視界性評価比較、建物評価比較、動

ック項目が表示され、総合的な評価点として3～1の符号が記載されている。

【0041】このような店舗実査データ集計表10を用いて、前述した詳細な各種データを記入集計すれば、新設店舗売上予測シート1への各評価点の記入が非常に容易となると共に記入の誤りの発生を防ぐことができる。

【0042】さて、新設店舗売上予測シート1における評価表3に前述したようにして記入される評価点は、マーケット規模に関する評価点（これについては金額表示としている）を除いては単なる指数であり、これだけでは予測の売上に何等関係しないことは明らかである。そこで、この各立地判定評価項目についての評価点に係数を掛けて、それぞれ立地判定評価項目ごとに予測売上値に置き換える。

【0043】そのための係数を記入するのは係数枠6であり、従って各立地判定評価項目名欄4の1～4の6に対応した係数枠6の各数値記入欄6の1～6の6には、それぞれの係数が記入される。この係数は重回帰分析で求められる。重回帰分析とは、目的変数（既存店舗の売上高（年間の平均月商））と説明変数（視界評価、動線評価、マーケット規模、商圏の室、建物評価、競争性評価の6変数）との関係を調べ、関係式を作成し、これを用いて次の事柄、(1)予測/潜在能力/評価、(2)説明変数の目的変数に及ぼす影響度、(3)説明変数の大事さランキングについて明らかにする方法である。このような重回帰分析による係数の求め方は従来からよく知られているので、ここでの説明は省略する。なお、この重回帰分析により係数を求めるにあたってサンプル数は10店から30店が望ましい。また、この重回帰分析で求められた係数は、一度決めておけば数年は同じ値を使うことができる。

【0044】更に、評価表3の右側部には、調査データ枠5における各数値記入欄5の1～5の6に記入された数値と係数枠6における各数値記入欄6の1～6の6に記入された数値とを乗じた結果の数値を記入する夫々の計算欄7の1～7の6が各立地判定評価項目名欄4の1～4の6と同一行に形成されている。これらの計算欄7の1～7の6の下部には、定数値記入欄8が設けられ、更にその下に各計算欄の数値を合計した合計値を記入する予測売上欄9が設けられている。

【0045】この予測売上欄9に記入される数値は、文字通り出店した時の予測売上であることから、この数値によって店舗設置の成功率の判定が可能となる。

【0046】

【発明の効果】以上説明したように、本発明の新設店舗売上予測シートによれば、各立地判定評価項目毎に、調査データに基づく評価点を数値記入欄に記入して、それぞれについて係数を記入すれば、予測売上が簡単に集計表示できることから、店舗を設置した場合の成功率を一

## 【図面の簡単な説明】

【図1】本発明の一実施例に係る新設店舗売上予測シートを示す平面図である。

【図2】図1に示される新設店舗売上予測シートにおける評価表にそれぞれ評価点を記入する際、各立地判定評価項目についての調査データを集計する店舗実査データ集計表を示す平面図である。

## 【符号の説明】

- 1 新設店舗売上予測シート  
2 予測物件名記入欄  
3 評価表  
4 評価項目枠  
4の1～4の6 評価項目名欄  
5 調査データ枠  
5の1～5の6 調査データ記入欄  
6 係数枠

- 6の1～6の6 係数記入欄  
7 計算欄  
8 定数値記入欄  
9 予測売上記入欄  
10 店舗実査データ集計表  
11 基本データ欄  
12 営業データ欄  
13 商圈データ欄  
14 マーケット規模欄  
15 建物評価欄  
16 動線評価欄  
17 視界性評価欄  
18 通行量記入欄  
19 商圈の質欄  
20 競合性評価欄

【図1】

(予測シート) ①

予測物件名 新設 物件用

各グループの全調査をもとに、予め係数をBに記入しておいてください。  
Aは、手動で記入します。

	調査データ	係数	A × B の値
401 視界性評価	501	A1	601
402 動線評価	502	A2	602
403 マーケット規模	503	A3	603
404 商圈の質	504	A4	604
405 建物評価	505	A5	605
406 競合性評価	506	A6	606

定数値 A0

予測売上 上記の合計値

【図2】

11a      11b      10

売上予測システム構築  
店舗実査データ集計表

調査日 19 / / 天候 ( )  
実査者名

11	店舗NO	店舗T E L	11c
	店舗名	店舗所在地	11d
	平均月商	万円 ( )	12d
12a	営業開始: 19 年 月 日	改装19 年 月	敷設図
12	顧客分析	学生層 % 女性比率 %	12b
12c	主婦層 % 専業主婦 %	中高生 % 専業主婦 %	
13	近隣施設	① ② ③	13a
14	マート規模	□ レベル4 : □ レベル3 : □ レベル2 : □ レベル1	14a
14b	顧客満足度: □	人 ( ) □ 人 ( )	
14c	商業気候	年間小売販売額 億円 飲食販売額 億円	
14d	主要手段: 徒歩 % 自転車 % バイクなど % 自動車など % バス % 電車 %		
15	建物評価	一階面積: (□ 無) ㎡ (3 - 2 - 1) 客席数 合計の面積: ( ) ㎡ (3 - 2 - 1) 客席数 入り口開口: (□ 角地) ㎡ (3 - 2 - 1) 入口数 看板開口: ( ) ㎡ (3 - 2 - 1) 入口数	15a 15b
16	動線評価	① (3 2 1) ② (3 2 1) ③ (3 2 1) ④ (3 2 1) 主動線 副動線 逆動線 主動線 副動線 逆動線 主動線 副動線 逆動線	
17	境界性評価	① (3 2 1) ② (3 2 1) ③ (3 2 1) ④ (3 2 1) 良好 難あり 不良 良好 難あり 不良 良好 難あり 不良	
18	通行量	店舗直前 平日: 人 (時間 : : : )	
19	商圏の質	(3, 2, 1)	
19a	生活密着性	(弱, 強, 弱) 買い物袋、自転車、主婦、子供等	
19b	オフィス性	(弱, 強, 弱) 平日の流入大、朝少、男性多い	
19c	レジャー性	(強, 弱, 弱) ヤング、ファッション、女性、ファミリー	
19d	観光性	(強, 弱, 弱) 名所、観光バス、欧米人	
19e	フィジカル性	(弱, 強, 弱) 工事、工務、作業所、予備校生	
19f	学生性	(弱, 強, 強) 学部、院生、高校、専門学校	
20	適合性評価	(3, 2, 1) 境界性評価比較(自店優位・不利)・建物評価比較(自店優位・不利) 動線評価比較(自店優位・不利)・商品代替性(強・中・弱)	